



UNIVERSIDAD
DE LA COSTA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC

VICERRECTORÍA ACADÉMICA

FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04

ASIGNATURA: Gestión Intercultural

Actualizado a 20 de octubre 2019

1. HORIZONTE INSTITUCIONAL	
1.1 MISIÓN	
Misión Institucional	Misión del Programa
La Corporación Universidad de la Costa, como institución de Educación Superior tiene como misión formar un ciudadano integral bajo el principio de la libertad de pensamiento y pluralismo ideológico, con un alto sentido de responsabilidad en la búsqueda permanente de la excelencia académica e investigativa, utilizando para lograrlo el desarrollo de ciencia, la técnica, la tecnología y la cultura.	El programa de Negocios Internacionales de la Universidad de La Costa tiene como misión formar profesionales integrales con sentido de ética y responsabilidad social, capaces de innovar y emprender en el mercado global a través de estrategias de internacionalización que impulsen la competitividad y el crecimiento económico.
1.2 VISIÓN	
Visión Institucional	Visión del Programa
La Corporación Universidad de la Costa, tiene como visión ser reconocida por la sociedad como una institución de educación superior de alta calidad y accesible a todos aquellos que cumplan los requerimientos académicos.	En el 2027, el programa de Negocios Internacionales de la Universidad de la Costa será reconocido por la formación de profesionales con alta calidad, socialmente responsables, capaces de generar estrategias de internacionalización para afrontar los desafíos y transformaciones de la economía mundial.
1.3 VALORES	
Excelencia: Entendida como el compromiso de la Institución en mantener unas condiciones de alta calidad en sus procesos académicos, administrativos y financieros. Civismo: Entendido como el comportamiento respetuoso de la comunidad universitaria con las normas de convivencia ciudadana. Respeto: Entendido como el reconocimiento del valor propio, de los demás y del entorno. Servicio: Se entiende como la disposición de los miembros de la comunidad universitaria para atender las necesidades de la sociedad. Compromiso Social: Entendido como la responsabilidad que tiene la Universidad de promover acciones que contribuyan al desarrollo sostenible. Comportamiento Ético: Entendido como el conjunto de acciones de los miembros de la comunidad universitaria que reflejan la filosofía institucional. Trabajo en Equipo: Entendido como la contribución articulada de los miembros de la comunidad universitaria al logro de los objetivos institucionales.	
2. PERFILES	
2.1 PERFIL DEL DOCENTE	
Profesional en área de Ciencias Económicas, con Maestría o Doctorado en el área de formación en Negocios Internacionales o a fines; Nivel de Inglés mínimo B1; Experiencia en docencia universitaria mínima de tres (3) años; Experiencia mínima de tres (3) años en el área	



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
ASIGNATURA: Gestión Intercultural
Actualizado a 20 de octubre 2019

profesional específica de los Negocios Internacionales; Experiencia en el desarrollo de procesos investigativos; Relaciones con el sector externo.

2.2 PERFIL DE FORMACIÓN

El profesional en Negocios Internacionales cuenta con unas competencias profesionales (genéricas y específicas) que le permiten abordar su profesión desde diferentes ámbitos. Posee el conocimiento de negocios para aplicarlo con capacidad analítica, crítica y propositiva en la toma de decisiones respecto a la creación, gestión y promoción de unidades productivas o negociaciones a nivel nacional e internacional. Está facultado para desempeñar el rol de negociador internacional con organizaciones competitivas que se encuentren comprometidas con el medio ambiente y promuevan la dignidad humana, partiendo del respeto por las creencias y el diálogo con otros como contribución a la construcción de una sociedad más equitativa y justa.

Competente para relacionarse e implementar planes de negocios internacionales que propendan por la innovación, la productividad y la competitividad

3. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Facultad: Ciencias Económicas			Programa: Negocios Internacionales	
Nivel de Formación:	Técnico ()	Tecnólogo ()	Pregrado (X)	Posgrado: E () M ()
Nombre de la Asignatura: Gestión Intercultural				

3.1. JUSTIFICACIÓN

La implementación de estrategias de internacionalización por parte de empresas públicas y privadas se ha incrementado paralelamente con el fenómeno de la globalización. Esta perspectiva que visualiza el proceso de negociación desde un ámbito cada vez más internacional, abre un amplio horizonte de posibilidades y un complejo proceso de negociación multicultural. De este modo, la efectividad de las estrategias de internacionalización va a estar muy relacionadas con el análisis de la cultura, ya que esto nos permitirá prever el comportamiento de los negociadores y planificar las estrategias y tácticas más adecuadas en aras a alcanzar el resultado deseado (Lewicki, Hiam y Olander, 2003).

3.2 COMPETENCIAS A DESARROLLAR DESDE ESTE PLAN DE ASIGNATURA

COMPETENCIAS GENERICAS	COMPETENCIAS ESPECIFICAS
Razonamiento cuantitativo Competencias Ciudadanas Lectura crítica Comunicación escrita Inglés	Analizar el contexto político, social, cultural, y económico en la dinámica de la globalización para la planificación de estrategias de negociación, la resolución de conflictos y la identificación de oportunidades, que permitan el desarrollo de procesos de negociación internacional.

4. PLANEACIÓN DE UNIDADES DE FORMACIÓN



UNIVERSIDAD
DE LA COSTA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
ASIGNATURA: Gestión Intercultural
Actualizado a 20 de octubre 2019

TEMARIO	TOTAL HORAS PRESENCIALES	TOTAL HORAS INDEPENDIENTES
1. Concepto de cultura y su evolución	16	32
2. Dimensiones culturales en la negociación	16	32
3. Comunicación y distancia cultural	16	32
Total	48	96

1. Concepto de cultura y su evolución			
ELEMENTO DE COMPETENCIA		INDICADORES DE DESEMPEÑO	
Reconocer las culturas del mundo a partir del estudio de las dimensiones culturales para desarrollar con éxito nuevos procesos de internacionalización.		1. Describe la evolución del concepto de cultura 2. Identifica las fuerzas que generan diferencias entre las cultura 3. Relaciona los determinantes de la cultura 4. Soluciona los posibles conflictos culturales basados en los determinantes	
4.1.1. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DE TRABAJO PRESENCIAL	ESTRATEGIA DE TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS EVALUATIVAS
1. evolución del concepto de cultura 2. fuerzas que generan diferencias entre las cultura 3. determinantes de la cultura. 4. como inciden los determinantes en la distancia cultural de los países.	2. socialización de las definiciones y teorías por autores sobre cultura 3. presentación de los determinantes de la cultura 4. análisis dimensiones Hosftede, modelo 5. propuesta proyecto de aula.	1. investigar otras definiciones y autores diferentes a la socializadas 2. presentaciones grupales profundizando cada determinante y su impacto en los negocios internacionales 3. socialización dimensiones Hosftede 4.Capítulo 1 proyecto aula	1. mesa redonda de las definiciones culturales y su estudio en los negocios internacionales 2. Mapa mental individual de nuevos autores y definiciones 3. Entrega Capítulo 1 4. Evaluación sumativa



UNIVERSIDAD
DE LA COSTA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
ASIGNATURA: Gestión Intercultural
Actualizado a 20 de octubre 2019

4.1.2. RECURSOS EDUCATIVOS		
EQUIPOS	HERRAMIENTAS	MATERIALES
<ul style="list-style-type: none">• Video beam• Computador• Grabadora• Parlantes	<ul style="list-style-type: none">• Base de datos consulta especializada.• Referencias bibliográficas de la asignatura	<ul style="list-style-type: none">• base de datos consulta especializada• Libros• Artículos científicos• Estudio de casos
<p>Referencia Basica</p> <ol style="list-style-type: none">1. DOMINGO CABEZA, PELALLO CORELLA, CARLOS JIMÉNEZ. "NEGOCIACIÓN INTERCULTURAL". Alfaomega. Primera Edición. 20132. Charles W. L. Hill. "Negocios Internacionales, Como competir en el mercado Global 10 " Mc Graw – Hill. 2016 <p>Referencia Completaría</p> <ol style="list-style-type: none">3. Philip R. Cateora; Mary C. Gilly; Jhohn L. Granham. Marketing Internacional Decimosexta Ed. 2015.4. Dagoberto Páramo Morales, Cultura y negocios internacionales, pensamiento & gestión, 29. Universidad del Norte, vii-x, 20105. Hofstede, G. (1991). Cultures and Organizations. Software of the mind. McGrawHill.6. Arévalo Escobar, H., & Muñoz Aguilar, R. (2017). Intersectoral agreements between Australia and Colombia from a framework of sustainable development. ECONÓMICAS CUC, 38(1), 37-54. https://doi.org/10.17981/econcuc.38.1.02 <p>Referencias Web</p> <ol style="list-style-type: none">7. https://www.hofstede-insights.com/		

2. Dimensiones culturales en la negociación	
ELEMENTO DE COMPETENCIA	INDICADORES DE DESEMPEÑO
Reconocer las culturas del mundo a partir del estudio de las dimensiones culturales para desarrollar con éxito nuevos procesos de internacionalización.	<ol style="list-style-type: none">1. Identifica los diferentes modelos de las dimensiones culturales.2. clasifica el uso de dimensiones culturales en los procesos de negociación



UNIVERSIDAD
DE LA COSTA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC

VICERRECTORÍA ACADÉMICA

FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04

ASIGNATURA: Gestión Intercultural

Actualizado a 20 de octubre 2019

		3. Relaciona las teorías del proceso comunicativo intercultural 4. Propone nuevos procesos de internacionalización basado en el uso de las dimensiones culturales	
4.2.1. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DE TRABAJO PRESENCIAL	ESTRATEGIA DE TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS EVALUATIVAS
1. Identifica los diferentes modelos de las dimensiones culturales 2. clasifica el uso de dimensiones culturales en los procesos de negociación 3. explica la comunicación en la negociación	1. Taller pedagógico o para aplicar las diferentes dimensiones. 2. caso de estudios 3. mapa conceptual personalidad negociadores 4. mapa mental comunicación en la negociación	1. presentación magistral sobre los modelos de las dimensiones culturales 2. caso de estudios cultura y negocios en arabia saudita 3. mapa mental en grupo 4. capitulo 2 proyecto de aula	1. exposición modelos 2. mapa mental clasificación del uso de las dimensiones 3. Entrega capitulo 2 4. Evaluación sumativa
4.2.2. RECURSOS EDUCATIVOS			
EQUIPOS	HERRAMIENTAS	MATERIALES	
<ul style="list-style-type: none">• Video beam• Computador• Grabadora• Parlantes	<ul style="list-style-type: none">• Base de datos consulta especializada.• Referencias bibliográficas de la asignatura	<ul style="list-style-type: none">• base de datos consulta especializada• Libros• Artículos científicos• Estudio de casos	
Referencia Básica			
1. DOMINGO CABEZA, PELALLO CORELLA, CARLOS JIMÉNEZ. “NEGOCIACIÓN INTERCULTURAL”. Alfaomega. Primera Edición. 2013			



UNIVERSIDAD
DE LA COSTA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
ASIGNATURA: Gestión Intercultural
Actualizado a 20 de octubre 2019

2. Charles W. L. Hill. "Negocios Internacionales, Como competir en el mercado Global 10 " Mc Graw – Hill. 2016

Referencia Completaría

3. Philip R. Cateora; Mary C. Gilly; Jhohn L. Granham. Marketing Internacional Decimosexta Ed. 2015.
4. Dagoberto Páramo Morales, Cultura y negocios internacionales, pensamiento & gestión, 29. Universidad del Norte, vii-x, 2010
5. Hofstede, G. (1991). Cultures and Organizations. Software of the mind. McGrawHill.
6. Arévalo Escobar, H., & Muñoz Aguilar, R. (2017). Intersectoral agreements between Australia and Colombia from a framework of sustainable development. ECONÓMICAS CUC, 38(1), 37-54. <https://doi.org/10.17981/econcuc.38.1.02>

Referencias Web

7. <https://www.hofstede-insights.com/>

3 . Comunicación y distancia cultural				
ELEMENTO DE COMPETENCIA		INDICADORES DE DESEMPEÑO		
Reconocer las culturas del mundo a partir del estudio de las dimensiones culturales para desarrollar con éxito nuevos procesos de internacionalización.		<div>1. Describe los procesos de negociación</div> <div>2. Explica los tipos de negociación</div> <div>3. Relaciona los determinantes y dimensiones culturales en una negociación internacional</div> <div>4. Determina las distancias culturales existentes entre los estados.</div>		
4.4.1. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS				
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DE TRABAJO PRESENCIAL	N b n N b nESTRATEGIA DE TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS EVALUATIVAS	
<div>1. Describe los procesos de negociación</div> <div>2. Explica los tipos de negociación</div> <div>3. determinantes y dimensiones culturales en una negociación internacional</div> <div>4. Tour mundial</div>	<div>1. procesos de negociación acorde al país seleccionado</div> <div>2. tipos de negociación utilizados por país, según asignación</div> <div>3. capitulo 3 de países asignados</div>	<div>1. investigación en base de datos institucional sobre los países asignados y los procesos de negociación</div> <div>2. lectura de estudios de casos acorde a los países</div>	<div>1. presentación magistral clase teorías</div> <div>2. presentación cultural y gastronómica de los países asignados</div> <div>3. salida de campo reconocimiento cultura local</div>	



UNIVERSIDAD
DE LA COSTA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
ASIGNATURA: Gestión Intercultural
Actualizado a 20 de octubre 2019

	4. investigación de los países asignados.	3. ensayos críticos con base a los procesos y tipos de negociación según el país asignado	4. Tour mundial
4.4.2. RECURSOS EDUCATIVOS			
EQUIPOS	HERRAMIENTAS	MATERIALES	
<ul style="list-style-type: none">• Video beam• Computador• Grabadora• Parlantes	<ul style="list-style-type: none">• Base de datos consulta especializada.• Referencias bibliográficas de la asignatura	<ul style="list-style-type: none">• base de datos consulta especializada• Libros• Artículos científicos• Estudio de casos	
Referencia Basica			
<ul style="list-style-type: none">1. DOMINGO CABEZA, PELALLO CORELLA, CARLOS JIMÉNEZ. “NEGOCIACIÓN INTERCULTURAL”. Alfaomega. Primera Edición. 20132. Charles W. L. Hill. “Negocios Internacionales, Como competir en el mercado Global 10 ” Mc Graw – Hill. 2016			
Referencia Completaría			
<ul style="list-style-type: none">3. Philip R. Cateora; Mary C. Gilly; Jhohn L. Granham. Marketing Internacional Decimosexta Ed. 2015.4. Dagoberto Páramo Morales, Cultura y negocios internacionales, pensamiento & gestión, 29. Universidad del Norte, vii-x, 20105. Hofstede, G. (1991). Cultures and Organizations. Software of the mind. McGrawHill.6. Arévalo Escobar, H., & Muñoz Aguilar, R. (2017). Intersectoral agreements between Australia and Colombia from a framework of sustainable development. ECONÓMICAS CUC, 38(1), 37-54. https://doi.org/10.17981/econcuc.38.1.02			
Referencias Web			
<ul style="list-style-type: none">7. https://www.hofstede-insights.com/8.			

ayuda a la construcción del marco teórico en la variable de pertenecía a grupos.